

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

令和2年11月調査結果

令和2年12月8日



内閣府政策統括官
(経済財政分析担当)

今月の動き (2020年11月)

11月の現状判断DI(季節調整値)は、前月差8.9ポイント低下の45.6となった。

家計動向関連DIは、飲食関連等が低下したことから低下した。企業動向関連DIは、製造業等が低下したことから低下した。雇用関連DIについては、低下した。

11月の先行き判断DI(季節調整値)は、前月差12.6ポイント低下の36.5となった。

家計動向関連DI、企業動向関連DI、雇用関連DIが低下した。

なお、原数値で見ると、現状判断DIは前月差7.5ポイント低下の46.1となり、先行き判断DIは前月差12.3ポイント低下の36.1となった。

今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「新型コロナウイルス感染症の影響による厳しさが残る中で、持ち直しに弱さがみられる。先行きについては、感染症の動向に対する懸念が強まっている。」とまとめられる。

目 次

調査の概要	2
利用上の注意	4
D I の算出方法	4
調査結果	5
I . 全国の動向	6
1 . 景気の現状判断 D I (季節調整値)	6
2 . 景気の先行き判断 D I (季節調整値)	7
(参考) 景気の現状判断 D I ・先行き判断 D I (原数値)	8
II . 各地域の動向	9
1 . 景気の現状判断 D I (季節調整値)	9
2 . 景気の先行き判断 D I (季節調整値)	9
(参考) 景気の現状判断 D I ・先行き判断 D I (原数値)	10
III . 景気判断理由の概要	11
(参考) 景気の現状水準判断 D I	25

調査の概要

1. 調査の目的

地域の景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々の協力を得て、地域ごとの景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断の基礎資料とすることを目的とする。

2. 調査の範囲

(1) 対象地域

北海道、東北、北関東、南関東、甲信越、東海、北陸、近畿、中国、四国、九州、沖縄の12地域を対象とする。各地域に含まれる都道府県は以下のとおりである。

地域	都道府県	
北海道	北海道	
東北	青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島	
関東	北関東	茨城、栃木、群馬
	南関東	埼玉、千葉、東京、神奈川
甲信越	新潟、山梨、長野	
東海	静岡、岐阜、愛知、三重	
北陸	富山、石川、福井	
近畿	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山	
中国	鳥取、島根、岡山、広島、山口	
四国	徳島、香川、愛媛、高知	
九州	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島	
沖縄	沖縄	
全国	上記の計	

平成12年1月調査の対象地域は、北海道、東北、東海、近畿、九州の5地域。

平成12年2月調査から9月調査までの対象地域は、これら5地域に関東を加えた6地域。

平成28年4月調査より、南関東のうち東京都分の別掲を開始。

平成28年10月調査より、正式系列の「東北(新潟含む)」、「北関東(山梨、長野含む)」に加えて、「甲信越」(新潟、山梨、長野)、「東北(新潟除く)」、「北関東(山梨、長野除く)」を参考掲載。

平成29年10月調査より、現行の地域区分を正式系列として実施。

(2) 調査客体

家計動向、企業動向、雇用等、代表的な経済活動項目の動向を敏感に反映する現象を観察できる業種の適当な職種の中から選定した2,050人を調査客体とする。調査客体の地域別、分野別の構成については、「III. 景気ウォッチャー(調査客体)の地域別・分野別構成(34頁)」を参照のこと。

3. 調査事項

- (1) 景気の現状に対する判断(方向性)
 - (2) (1)の理由
 - (3) (2)の追加説明及び具体的状況の説明
 - (4) 景気の先行きに対する判断(方向性)
 - (5) (4)の理由
- (参考) 景気の現状に対する判断(水準)

4. 調査期日及び期間

調査は毎月、当月時点であり、調査期間は毎月 25 日から月末である。

5. 調査機関及び系統

本調査業務は、内閣府が主管し、下記の「取りまとめ調査機関」に委託して実施している。各調査対象地域については、地域ごとの調査を実施する「地域別調査機関」が担当しており、「取りまとめ調査機関」において地域ごとの調査結果を集計・分析している。

(取りまとめ調査機関)		三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
(地域別調査機関)	北海道	株式会社 北海道二十一世紀総合研究所
	東北	公益財団法人 東北活性化研究センター
	北関東	株式会社 日本経済研究所
	南関東	株式会社 日本経済研究所
	甲信越	株式会社 日本経済研究所
	東海	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
	北陸	一般財団法人 北陸経済研究所
	近畿	りそな総合研究所 株式会社
	中国	公益財団法人 中国地域創造研究センター
	四国	四国経済連合会
	九州	公益財団法人 九州経済調査協会
	沖縄	一般財団法人 南西地域産業活性化センター

6. 有効回答率

地域	調査客体	有効回答客体	有効回答率	地域	調査客体	有効回答客体	有効回答率
北海道	130 人	107 人	82.3%	北陸	100 人	92 人	92.0%
東北	189 人	176 人	93.1%	近畿	290 人	250 人	86.2%
北関東	129 人	116 人	89.9%	中国	170 人	170 人	100.0%
南関東	330 人	298 人	90.3%	四国	110 人	90 人	81.8%
東京都	153 人	138 人	90.2%	九州	210 人	181 人	86.2%
甲信越	92 人	87 人	94.6%	沖縄	50 人	39 人	78.0%
東海	250 人	228 人	91.2%	全国	2,050 人	1,834 人	89.5%

(参考) 調査客体数及び対象地域の推移

調査開始(平成 12 年 1 月)以降の調査客体数及び対象地域の推移は以下のとおり。

- 平成 12 年 1 月調査は 500 人(北海道、東北、東海、近畿、九州)
- 平成 12 年 2 ~ 9 月調査は 600 人(北海道、東北、関東、東海、近畿、九州)
- 平成 12 年 10 月 ~ 平成 13 年 7 月調査は 1,500 人(全国 11 地域)
- 平成 13 年 8 月調査以降は 2,050 人(全国 11 地域)
- 平成 29 年 10 月調査以降は 2,050 人(全国 12 地域)

利用上の注意

1. 分野別の表記における「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」は、各々家計動向関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断、企業動向関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断、雇用関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断を示す。
2. 表示単位未満の端数は四捨五入した。したがって、計と内訳は一致しない場合がある。

D I の算出方法

景気の現状、または、景気の先行きに対する5段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて、D Iを算出している。

	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
評価	良くなる (良い)	やや良くなる (やや良い)	変わらない (どちらとも いえない)	やや悪くなる (やや悪い)	悪くなる (悪い)
点数	+ 1	+ 0 . 7 5	+ 0 . 5	+ 0 . 2 5	0

調 査 結 果

I . 全国の動向

- 1 . 景気の現状判断D I (季節調整値)
- 2 . 景気の先行き判断D I (季節調整値)
(参考) 景気の現状判断D I ・先行き判断D I (原数値)

II . 各地域の動向

- 1 . 景気の現状判断D I (季節調整値)
- 2 . 景気の先行き判断D I (季節調整値)
(参考) 景気の現状判断D I ・先行き判断D I (原数値)

III . 景気判断理由の概要

(参考) 景気の現状水準判断D I

(備考)

- 1 . 「III . 景気判断理由の概要 全国 (11 頁) は、「現状」、「先行き」ごとに区分した3分野 (「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」) に該当する地域の特徴的な判断理由を選択し、5つの回答区分 (「良」、「やや良」、「不変」、「やや悪」、「悪」) ごとに判断が良い順に掲載した。
- 2 . 「現状判断の理由別 (着目点別) 回答者数の推移」 (12 頁) は、全国の「現状判断」の回答のうち3分野それぞれについて、5つの回答区分の中で回答者数の多い上位3区分 (雇用関連は上位2区分) の判断理由として特に着目した点について、直近3か月分の回答者数を掲載した。
- 3 . 13 ~ 24 頁は、各地域の景気判断理由の要約である。そのうち、「現状」欄は、地域の「現状判断」の回答のうち、3分野それぞれについて、5つの回答区分の中で回答者数が多かった上位3区分 (雇用関連は上位2区分) を上から順に掲載している。掲載されている各コメントは、それら上位回答区分の中における代表的な回答である。「その他の特徴コメント」欄は、「判断の理由」欄に掲載されたもの以外で、特徴と考えられるコメントを掲載した。また、「先行き」欄は3分野それぞれについて、5つ回答区分の中で回答者数が多かった上位2区分 (雇用関連は上位1区分) を上から順に掲載している。掲載されている各コメントは、それらにおける代表的な回答である。なお、「その他の特徴コメント」欄は「現状」と同様である。

I. 全国の動向

1. 景気の現状判断D I（季節調整値）

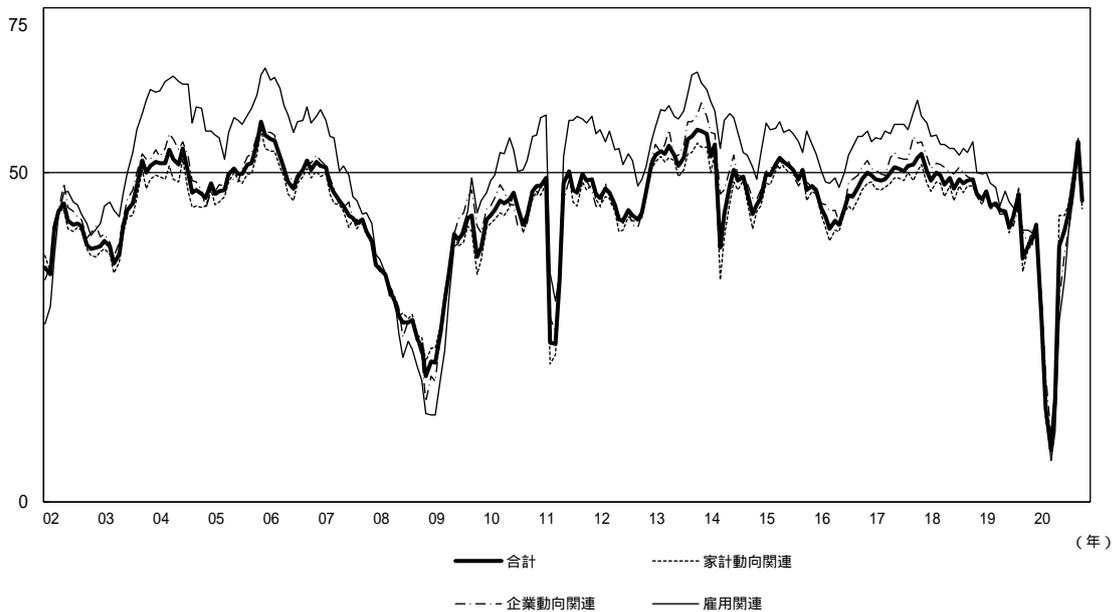
3か月前と比較しての景気の現状に対する判断D Iは、45.6となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのD Iが低下したことから、前月を8.9ポイント下回り、7か月ぶりの低下となった。

図表1 景気の現状判断D I（季節調整値）

(D I)	年 2020							(前月差)
	月 6	7	8	9	10	11		
合計	38.8	41.1	43.9	49.3	54.5	45.6	(-8.9)	
家計動向関連	43.3	43.3	45.3	50.3	55.1	44.4	(-10.7)	
小売関連	47.0	43.3	46.6	47.6	53.7	44.3	(-9.4)	
飲食関連	39.6	41.3	36.9	55.0	60.4	35.9	(-24.5)	
サービス関連	39.0	45.0	45.5	54.2	58.2	46.6	(-11.6)	
住宅関連	32.1	37.8	42.3	52.5	48.3	45.3	(-3.0)	
企業動向関連	30.4	37.8	41.1	47.4	53.0	48.1	(-4.9)	
製造業	30.0	36.9	41.1	49.5	53.5	48.6	(-4.9)	
非製造業	30.3	38.5	40.9	45.3	52.2	47.6	(-4.6)	
雇用関連	27.4	33.8	41.2	47.0	53.8	48.1	(-5.7)	

(D I)

図表2 景気の現状判断D I（季節調整値）



2. 景気の先行き判断D I (季節調整値)

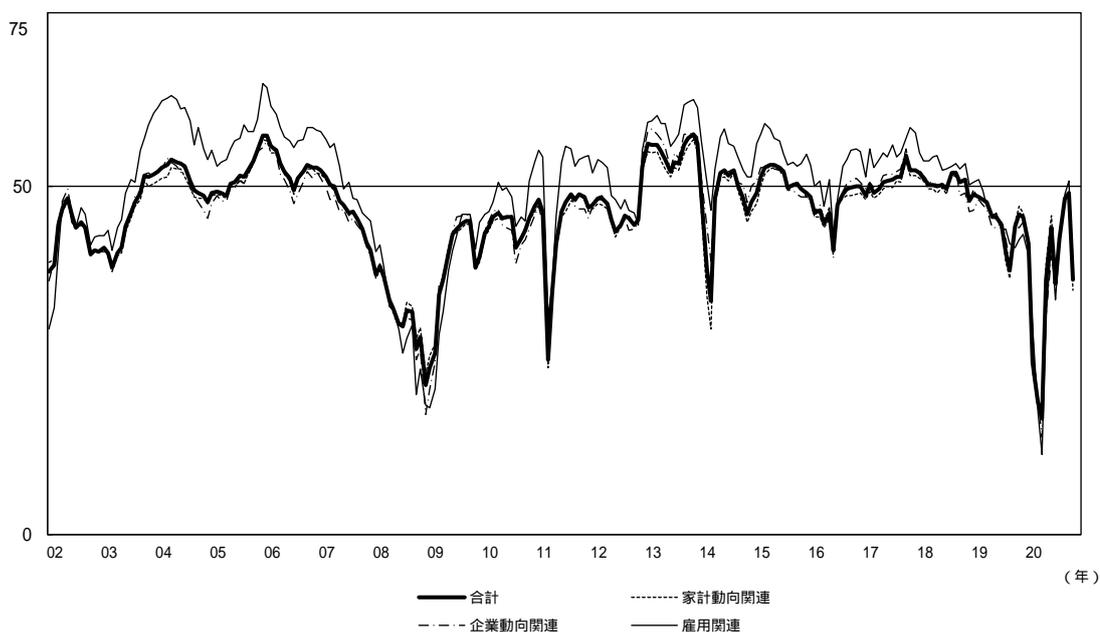
2～3か月先の景気の先行きに対する判断D Iは、36.5 となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのD Iが低下したことから、前月を12.6ポイント下回った。

図表3 景気の先行き判断D I (季節調整値)

(D I)	年	2020						
	月	6	7	8	9	10	11	(前月差)
合計		44.0	36.0	42.4	48.3	49.1	36.5	(-12.6)
家計動向関連		45.7	35.8	42.5	48.5	49.1	35.1	(-14.0)
小売関連		43.6	35.3	43.1	47.6	48.6	37.3	(-11.3)
飲食関連		45.3	33.7	40.0	50.6	48.1	22.1	(-26.0)
サービス関連		51.5	37.8	43.1	50.9	50.4	32.9	(-17.5)
住宅関連		39.8	34.4	38.1	42.5	48.0	41.2	(-6.8)
企業動向関連		39.9	37.6	42.4	47.4	48.3	39.7	(-8.6)
製造業		41.7	38.8	44.3	49.5	48.5	42.6	(-5.9)
非製造業		38.6	36.4	41.2	45.6	48.4	37.3	(-11.1)
雇用関連		41.9	33.7	41.7	48.9	50.8	38.2	(-12.6)

(D I)

図表4 景気の先行き判断D I (季節調整値)



(参考) 景気の現状判断D I・先行き判断D I (原数値)

(現状判断)

図表5 景気の現状判断D I
(D I) 年 2020

	月	6	7	8	9	10	11
合計		38.0	41.3	43.3	48.7	53.6	46.1
家計動向関連		42.4	43.7	44.6	49.4	54.0	45.0
小売関連		46.5	44.3	45.7	47.6	52.8	45.2
飲食関連		38.2	40.7	36.0	51.7	57.4	36.4
サービス関連		37.3	44.7	45.1	52.1	56.8	46.9
住宅関連		32.5	37.3	41.9	50.7	48.7	44.7
企業動向関連		30.0	37.9	40.5	47.4	52.7	48.6
製造業		29.1	36.8	40.5	49.0	54.2	50.8
非製造業		30.3	38.7	40.4	45.7	51.1	46.7
雇用関連		26.3	33.2	41.1	46.6	53.0	47.3

図表6 構成比

年	月	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている	D I
2020	9	2.1%	28.7%	40.4%	19.5%	9.4%	48.7
	10	4.4%	33.6%	40.5%	15.1%	6.4%	53.6
	11	2.9%	24.0%	38.2%	23.9%	10.9%	46.1

(先行き判断)

図表7 景気の先行き判断D I
(D I) 年 2020

	月	6	7	8	9	10	11
合計		44.8	35.4	41.0	47.1	48.4	36.1
家計動向関連		46.6	34.9	40.7	47.2	48.4	34.4
小売関連		45.3	34.1	41.1	46.1	47.3	36.5
飲食関連		44.8	32.0	37.1	50.0	51.2	24.2
サービス関連		51.0	37.5	41.5	49.9	50.2	31.6
住宅関連		40.9	34.0	37.2	41.3	46.4	40.1
企業動向関連		40.8	37.4	42.0	46.9	47.8	39.6
製造業		42.2	40.1	44.7	49.1	48.3	41.8
非製造業		40.0	35.0	39.9	44.9	47.7	37.8
雇用関連		41.4	34.5	41.3	47.1	49.7	39.1

図表8 構成比

年	月	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	D I
2020	9	1.4%	23.5%	47.2%	17.8%	10.1%	47.1
	10	1.9%	23.6%	48.9%	17.4%	8.2%	48.4
	11	1.0%	9.3%	39.0%	34.1%	16.5%	36.1

II. 各地域の動向

1. 景気の現状判断D I (季節調整値)

前月と比較しての現状判断D I (各分野計)は、全国 12 地域で低下した。最も低下幅が大きかったのは北海道(23.9ポイント低下)で、最も低下幅が小さかったのは東北(4.7ポイント低下)であった。

図表9 景気の現状判断D I (各分野計)(季節調整値)

(D I)	年	2020						
	月	6	7	8	9	10	11	(前月差)
全国		38.8	41.1	43.9	49.3	54.5	45.6	(-8.9)
北海道		33.4	42.6	45.4	49.3	56.4	32.5	(-23.9)
東北		37.4	40.6	40.8	45.8	54.1	49.4	(-4.7)
関東		37.3	39.4	43.8	47.5	51.8	43.3	(-8.5)
北関東		37.6	39.8	40.5	46.1	51.9	42.6	(-9.3)
南関東		37.2	39.2	45.1	48.0	51.7	43.6	(-8.1)
東京都		38.7	38.4	48.4	49.8	53.5	46.8	(-6.7)
甲信越		38.2	36.3	41.6	49.4	56.5	44.3	(-12.2)
東海		38.6	40.1	43.7	50.7	54.1	46.6	(-7.5)
北陸		43.0	45.9	41.2	50.4	58.9	52.6	(-6.3)
近畿		37.0	41.1	43.7	49.7	53.7	43.2	(-10.5)
中国		38.8	42.7	44.5	49.9	55.9	49.3	(-6.6)
四国		40.4	45.7	47.9	53.7	57.6	48.1	(-9.5)
九州		43.2	44.4	44.7	48.8	57.7	51.6	(-6.1)
沖縄		43.4	45.9	35.9	54.0	63.2	58.0	(-5.2)

2. 景気の先行き判断D I (季節調整値)

前月と比較しての先行き判断D I (各分野計)は、全国 12 地域で低下した。最も低下幅が大きかったのは北海道(16.6ポイント低下)で、最も低下幅が小さかったのは中国(9.0ポイント低下)であった。

図表10 景気の先行き判断D I (各分野計)(季節調整値)

(D I)	年	2020						
	月	6	7	8	9	10	11	(前月差)
全国		44.0	36.0	42.4	48.3	49.1	36.5	(-12.6)
北海道		38.2	38.7	43.3	50.1	47.1	30.5	(-16.6)
東北		40.1	35.5	40.2	44.7	47.7	35.8	(-11.9)
関東		42.9	36.1	42.9	48.0	46.6	34.5	(-12.1)
北関東		43.2	34.7	40.4	46.1	47.7	35.2	(-12.5)
南関東		42.7	36.6	43.9	48.8	46.2	34.2	(-12.0)
東京都		46.2	35.9	47.7	51.2	46.9	34.1	(-12.8)
甲信越		42.7	40.6	44.3	51.2	48.6	32.8	(-15.8)
東海		47.4	34.3	44.1	47.3	48.3	35.8	(-12.5)
北陸		49.4	35.1	38.2	49.6	54.5	41.5	(-13.0)
近畿		43.4	35.6	43.7	46.5	45.8	33.4	(-12.4)
中国		47.2	38.3	43.1	49.7	50.5	41.5	(-9.0)
四国		48.8	39.5	44.7	52.3	50.6	36.2	(-14.4)
九州		46.8	35.7	41.4	48.6	52.4	37.6	(-14.8)
沖縄		50.3	32.9	44.2	56.9	57.2	41.9	(-15.3)

(参考) 景気の現状判断D I ・先行き判断D I (原数値)

(現状判断)

図表 11 景気の現状判断D I (各分野計)(原数値)

(D I)	年	2020					
	月	6	7	8	9	10	11
全国		38.0	41.3	43.3	48.7	53.6	46.1
北海道		34.9	43.8	45.9	47.6	53.0	30.8
東北		37.1	41.6	41.9	45.2	52.4	50.0
関東		36.9	39.1	43.5	47.3	50.8	43.2
北関東		37.5	39.8	40.8	45.5	50.2	42.0
南関東		36.7	38.8	44.6	48.0	51.0	43.7
東京都		37.8	38.5	47.0	49.8	53.6	46.0
甲信越		37.9	38.4	42.8	49.4	55.2	43.1
東海		38.0	39.5	43.0	49.6	52.9	46.1
北陸		42.2	45.7	41.9	49.7	57.3	51.6
近畿		36.3	40.7	43.6	48.4	51.9	43.5
中国		38.3	43.1	43.0	49.6	54.3	49.7
四国		40.5	45.7	47.5	52.7	56.1	47.8
九州		41.5	42.9	43.3	50.0	58.6	52.9
沖縄		40.8	45.3	35.1	53.8	62.5	58.3

(先行き判断)

図表 12 景気の先行き判断D I (各分野計)(原数値)

(D I)	年	2020					
	月	6	7	8	9	10	11
全国		44.8	35.4	41.0	47.1	48.4	36.1
北海道		40.3	37.4	40.9	44.8	43.5	29.2
東北		41.2	34.7	38.4	43.4	46.3	35.4
関東		43.3	35.0	41.2	46.7	46.4	34.7
北関東		43.8	33.9	37.4	44.9	46.4	35.8
南関東		43.1	35.5	42.7	47.4	46.3	34.2
東京都		46.3	35.1	45.9	50.0	47.1	34.2
甲信越		43.0	39.2	42.5	49.1	46.8	31.6
東海		47.7	33.5	42.6	46.9	48.4	35.9
北陸		48.1	34.7	37.8	46.9	53.5	40.8
近畿		44.0	33.5	40.7	45.4	47.1	35.7
中国		47.0	38.1	41.6	48.5	50.6	41.3
四国		48.9	38.9	42.9	51.4	50.0	36.7
九州		45.6	35.6	41.1	49.3	53.0	38.3
沖縄		50.0	33.1	41.9	55.1	57.9	41.0

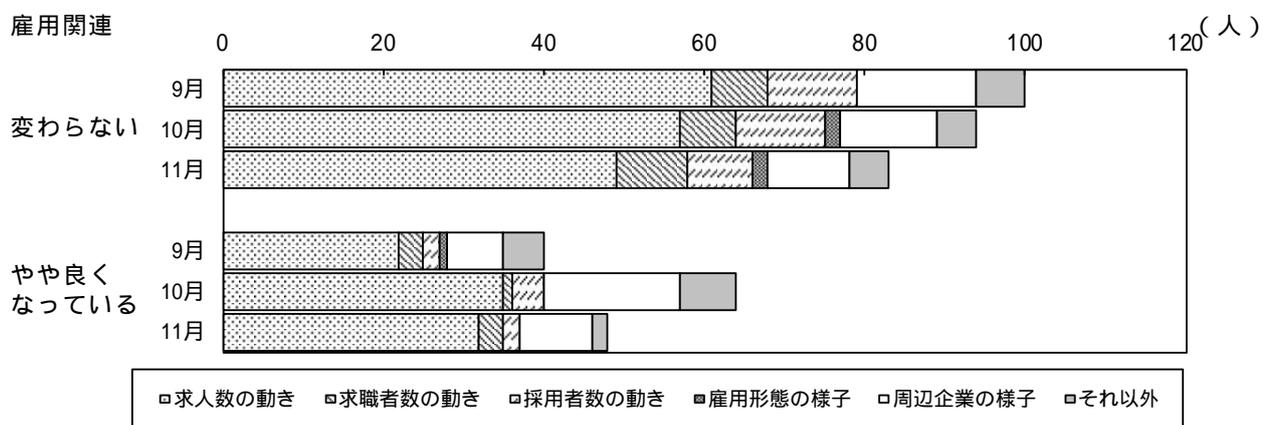
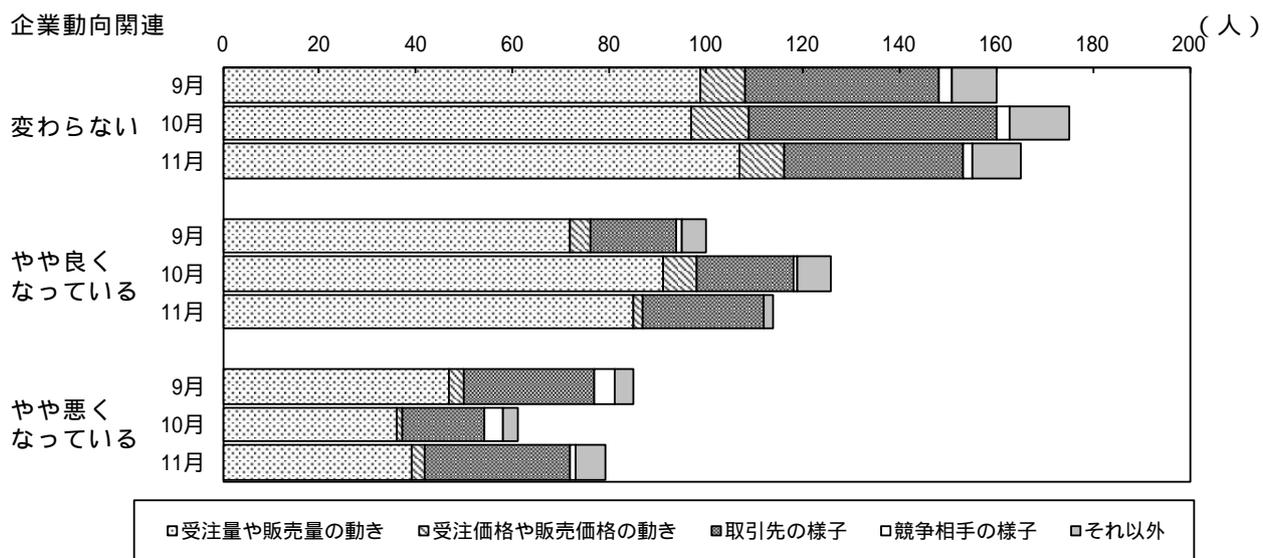
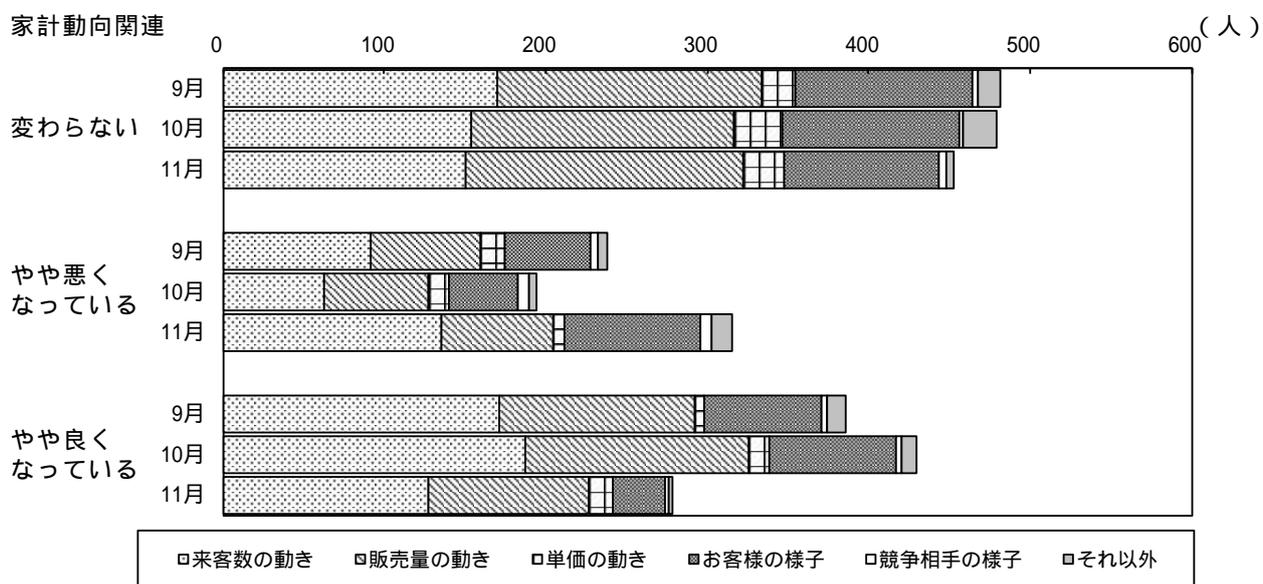
III. 景気判断理由の概要

全国

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

	分野	判断	特徴的な判断理由
現状	家計 動向 関連		・観光客を中心に週末の人出が多い。11月の3連休は特に良く、観光客が多く今年最高の人出となり、タクシーも大変忙しくなった。ウィークデーは少しずつ回復傾向にある(北陸=タクシー運転手)。
			・11月は祝日もあり、前半は回復傾向にあった。後半は3連休があり、気温も高かったにもかかわらず、売上の伸びは小さく、厳しい状況が継続している(南関東=コンビニ)。
			・11月10日以降の新型コロナウイルス感染者増加に伴い、来客数が激減している。防寒アウターなどの必要性が高いアイテムのニーズはあるが、日々の購買人数は減っている(東北=衣料品専門店)。 ・新型コロナウイルス感染拡大の第3波により、客足も少ない。忘年会も早くから中止が進んでいる(甲信越=高級レストラン)。
	企業 動向 関連		・これまで低迷していた自動車関連部品がV字回復し、11月は前年並みにまで戻ってきている(近畿=金属製品製造業)。
			・年末や年度末にしゅん工期限を迎える工事が佳境に入っているが、新規着工物件が少ないため、総量が減少している(北海道=建設業)。
	雇用 関連		・求人広告の申込状況は、前年同時期の状況と比べ低い水準が続いている。介護、清掃関連など人手不足が慢性化している一部業種を除いては新規求人の動きが鈍い(北陸=新聞社[求人広告])。
先行き	家計 動向 関連		・新型コロナウイルス感染拡大の第3波の影響が懸念されるものの、新型車効果もあり新車販売は改善するのではないかと(甲信越=乗用車販売店)。
			・当地域でも今まで以上に新型コロナウイルスの感染者数が増加しているため、当社の重要な客である、高齢者の来店がますます減ることが予想される(近畿=百貨店)。
		×	・新型コロナウイルスの感染拡大により、キャンセルが相次いでいる。忘年会、新年会の書き入れ時に相当なダメージとなっており、先行きが全くみえず不安である(四国=一般レストラン)。 ・新型コロナウイルス流行の第3波により、宿泊のキャンセルが増えてきた。飲食においては、忘年会、新年会の予約がほぼない(沖縄=観光型ホテル)。
	企業 動向 関連		・新型コロナウイルスの影響で、今後も巣籠り需要が増加するため、日用品や食品関係の荷動きが活発になる(中国=輸送業)。
			・年末年始の一番出荷が多い時期に、ますます悪化する新型コロナウイルスの影響で、他県との人の移動が制限される上、業務店、飲食店からの受注も大幅に減少すると考えられる(甲信越=食料品製造業)。
	雇用 関連		・新型コロナウイルスの感染者数の急増により、徐々に復活していた接客業の求人が減り、企業も人員の見直しを図ると予測される(近畿=民間職業紹介機関)。

図表13 現状判断の理由別（着目点別）回答者数の推移

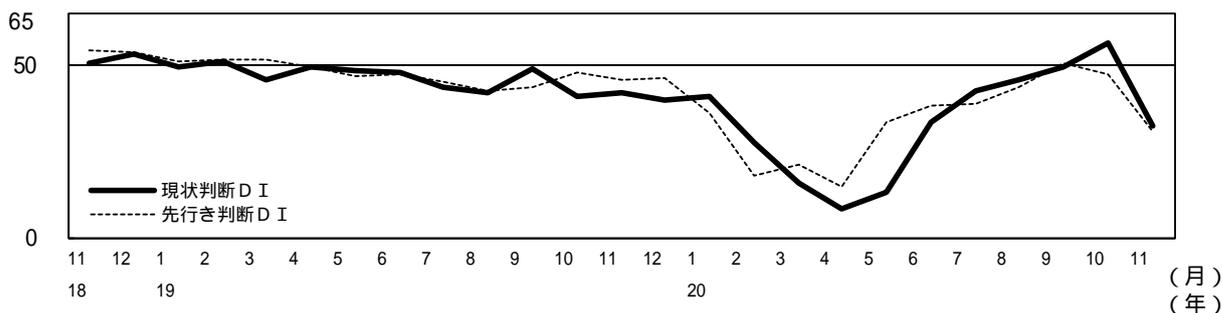


1. 北海道

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

		分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連		×	・当地では新型コロナウイルスのクラスターが発生したことから、大変厳しい状況になっている。閉店する店も出てきた。当店も11月20日過ぎから営業を休んでいる(スナック)
				・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、販売量が減少傾向にある(その他専門店[ガソリンスタンド])
	企業 動向 関連			・新型コロナウイルスの影響により、客の動きが鈍化している(コンビニ)
				・前年と比較して不動産の売買、建物の新築、改築工事が減少している(司法書士)
			×	・引き続き売上が前年並みの水準で推移している(その他サービス業[建設機械レンタル]) ・テレワークやステイホームによる在宅時間が増えていることで、家具インテリアに対する支出が増加している。また、停滞していた請負物件も動き始めた(家具製造業) ・新型コロナウイルスに対する警戒は続いているが、IT、通信関連では設備投資の流れが継続している。また、新型コロナウイルス感染防止に伴うリモートワークやオンラインに関連したニーズが増えており、案件量、受注量のいずれも堅調に推移している(通信業) ・コロナ禍の影響が続くなか、北海道の新型コロナウイルス感染者が急増していることで、景気が上向きになるような要素が全て消えてしまった(広告代理店)
雇用 関連			・国の緊急事態宣言解除後、徐々に景気回復の動きがみられていたが、11月に入り再び新型コロナウイルスの感染拡大傾向がみられ、当地を対象に外出自粛要請が出されたこともあり、年末の繁忙期に備える時期にもかかわらず求人数が増えてこない状況にある(求人情報誌製作会社)	
			・求人数は3か月前と比べると増加傾向にある。どうにかしてコロナ禍から立ち直ろうとする企業の動きもみられる。ただし、企業が即戦力の人材を選別するなど、採用基準が上がっており、未経験の人材はなかなか採用に至らない。一方、観光関連の業界は苦戦が続いており、リストラなどの具体的な経費圧縮策を検討する企業が増えている(人材派遣会社)	
		その他の特徴 コメント		：年末や年度末にしゅん工期限を迎える工事が佳境に入っているが、新規着工物件が少ないため、総量が減少している(建設業) ×：新型コロナウイルス感染者数が拡大しているなか、宿泊予約、宴会予約、レストラン予約の取消しが相次いでいる。札幌市がGo To Travelキャンペーンの対象から外れたことで利用客の減少が一層加速している傾向にある(観光型ホテル)
先行き	家計 動向 関連		×	・例年オフシーズンに向かう時期であり、今年は新型コロナウイルスの影響も見込まれることから、今後の景気は悪くなる(商店街)
				・来春まで輸送量の減少が続くとみられる(その他サービスの動向を把握できる者[フェリー])
	企業 動向 関連			・11月以降、新型コロナウイルスの感染拡大が続いていることから、今後、その影響で景気がやや悪くなる(輸送業)
				・景気回復に寄与するとみられるような案件が特に見当たらないため、今後も景気は変わらない(食料品製造業)
	雇用 関連			・最近になり、新型コロナウイルス感染者の増加が顕著になってきていることから、今後数か月はその影響を受けることになる。特に観光産業や飲食店、それに付随する関連産業では、一定の制約を受けながら企業活動を行うことになるため、今後の景気はやや悪くなる(職業安定所)
		その他の特徴 コメント		：新型コロナウイルスの感染拡大によって多分な影響が生じている。ワクチンや治療薬が実用化されない限り、先行きの景況感は流動的なまま推移する(旅行代理店) ：冬場は当面、現在の状況が続くとみられるため、景気が回復傾向となるのは春以降になる(百貨店)

(D I) 図表14 現状・先行き判断D I (北海道)の推移(季節調整値)



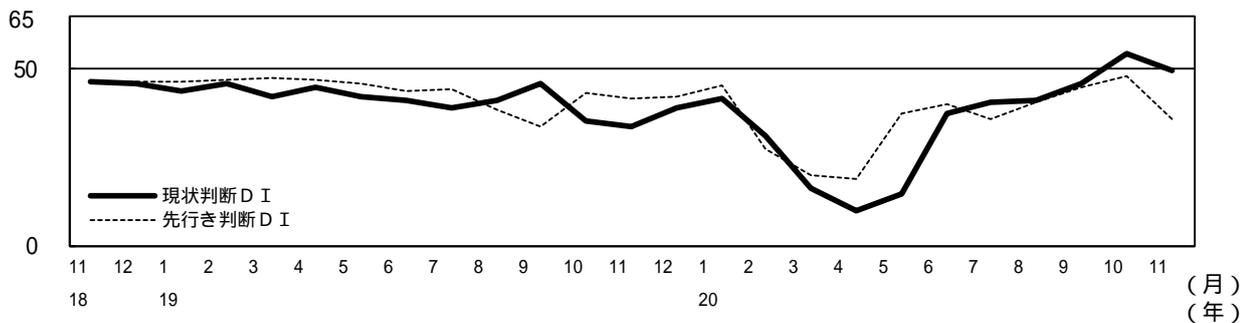
2. 東北

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

分野		判断	判断の理由	
現状	家計 動向 関連		・11月に入り新型コロナウイルス感染者が増加傾向にあることから、内食需要が増加傾向にある。特に、生鮮品と、調味料などの自粛期間に動きの良かった物が動き始めている。しかし、客単価が上昇しているが1品単価は低下してきていることから、財布のひもは固いと考える(スーパー)	
			・11月10日以降の新型コロナウイルス感染者増加に伴い、来客数が激減している。防寒アウターなどの必要性が高いアイテムのニーズはあるが、日々の購買人数は減っている(衣料品専門店)	
			・高単価商品の販売数の割合が増えている(家電量販店)	
	企業 動向 関連		・コロナ禍の影響で、客の設備投資計画に延期や規模縮小となる案件が散見される一方で、一部設備投資を再開する客もあり、一概に悪化しているとも言い切れない(建設業)	
			・カメラ業界の出荷が回復している影響からか、増産のニュースが聞けるようになってきた(金属製品製造業)	
	雇用 関連		・派遣の受注数が増加している。3か月前と比べ1割程度だが、例年の年末需要に加えて、ネットワークのインフラ系の業界からの増員も出てきている。様子見だった設備投資が人員増に波及することを期待している(人材派遣会社)	
			・有効求人が少しずつ増加傾向にあるが、有効求職者数も増加していることから、有効求人倍率は横ばいの状態となっている(職業安定所)	
	その他の特徴 コメント			：個人旅行、グループ旅行の申込みと募集団体の催行率が非常に高い。館内消費についても地域共通クーポンの利用率が高く、高額商品を購入する客が多い(観光型旅館) ：新型コロナウイルスの影響か、最低の水準からはやや良くなっているものの、例年と比べると5割くらいの落ち込みがある。来客数も個人、団体の予約が少ない(一般レストラン)
	分野		判断	判断の理由
	先行き	家計 動向 関連		・例年でいえば毎月には来ない客も暮れには来る。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大が勢いを増しているため、来店サイクルが長くなることはあっても短くなることはなく、現在の再来店率が前年の約9割といった状況がしばらく続くのではないかとみている(美容室)
			・新型コロナウイルス感染者が増加傾向であることから、年末年始商戦に大きな影響を与える。Go Toキャンペーンの施策に反して景気はやや悪くなる見通しである(商店街)	
企業 動向 関連			・新型コロナウイルスの影響で大きく上向くことはないが、現在の状況はほぼキープするとみている(電気機械器具製造業)	
			・先行きの受注の状況は悪い。年末年始のチラシの量は、新型コロナウイルスの感染が落ち着かないと前年比20~30%の落ち込みとなりそうで、景気は更に悪くなりそうである(出版・印刷・同関連産業)	
雇用 関連			・新型コロナウイルス感染拡大の影響は続く(新聞社[求人広告])	
その他の特徴 コメント			：これからシーズンオフに向かうが、新型コロナウイルスの感染状況やボーナス減少の懸念があることから、不透明な状況が続く(遊園地) ：県内の新型コロナウイルス感染者が増えてきており、先行きが不透明である。飲食業の営業時間短縮要請が出れば、また夕夜間の来客数が減少し厳しくなる(コンビニ)	

(D I)

図表15 現状・先行き判断D I (東北)の推移(季節調整値)

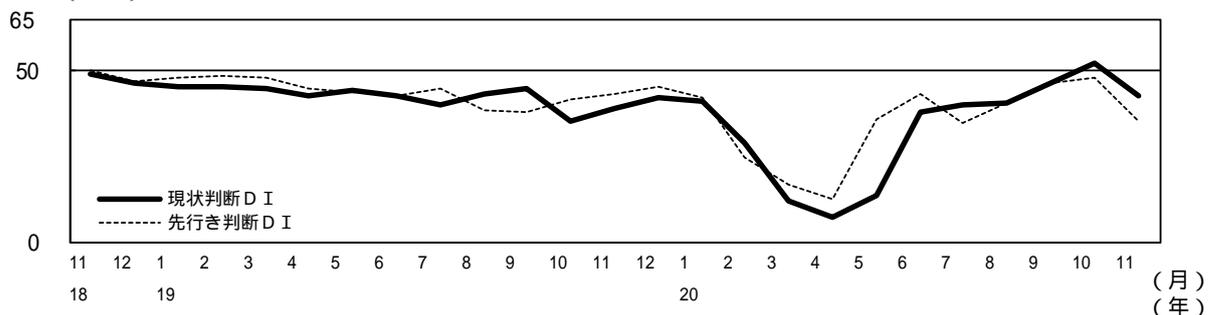


3. 北関東

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

分野		判断	判断の理由	
現状	家計 動向 関連		・ビジネスホテルだが、Go Toキャンペーン等の影響で、5月の一番悪いときよりは稼働率は上回っている。実際の状況は、新型コロナウイルス感染拡大第3波で、改善しているとはいえない(都市型ホテル)。	
			・連日の報道など、新型コロナウイルス感染拡大第3波の影響が大きい(一般レストラン[居酒屋])。	
			・新型コロナウイルスの影響で、テレビやインターネットの需要が高くなっているため、やや良くなっている(通信会社)。	
	企業 動向 関連		・11月は少し暖かい日が多いため、予定より冬物商材の石油ファンヒーター等の荷動きがやや悪くなっている。一方で、新型コロナウイルス対策で加湿器や空気清浄機などの物量が増えたため、全体的には前年比5%増の輸送量を確保している(輸送業)。	
			・自動車を中心に幅広い分野で仕事が回復しつつあり、前年同月比で10%強プラスの売上を見込んでいる(一般機械器具製造業)。	
			・取引先のホテルや大型の居酒屋の話では、「新型コロナウイルス感染拡大第3波の影響で、忘年会シーズンが始まった矢先に宴会のキャンセルが大量に入り、さすがにこの状況では経営が成り立たない」ということで、かなり深刻な状況である(広告代理店)。	
	雇用 関連		・長期派遣の依頼数が、前年同時期と比べて少ない状況が変わらず続いている(人材派遣会社)。	
			・飲食業及び旅行関係が徐々に回復傾向にある。Go To事業の影響は大きいと感じている。しかし、今後の新型コロナウイルス感染拡大の状況によっては、急激な変化もあり得る(学校[専門学校])。	
	その他の特徴 コメント			：販売額は前月比8ポイント、前年同月比では10ポイント上昇している。好調な商材は、テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコンである(家電量販店) ：今月は引き合いの電話が、やや多くなってきたような気がする。特に、スナックの居抜き物件等についての引き合いが多い。やや前向きなのかと感じる一方で、店を閉めるところもある。アパート、マンションについては、今月はほとんど動きがない(住宅販売会社)。
	先行き	分野		判断の理由
家計 動向 関連			・年末商戦や初商を控えているが、新型コロナウイルスの感染者数が拡大している状況下では、景況が急速に回復する見込みはない。不要不急の外出や消費を控える傾向はしばらく続く(百貨店)。	
			・Go To Travelの恩恵で増加傾向だったが、新型コロナウイルスの感染拡大第3波の影響で、来園者数が横ばいから減少傾向になりつつある(テーマパーク)。	
企業 動向 関連			・前年並みに戻った現状を維持するのが精一杯と考えているので、変わらない(化学工業)。	
			・最近、新型コロナウイルスの感染者が再び増加しており、先行きの見通しが立たなくなっている。飲食店や人的対面が必要な業態は、来客数次第なので、大きな不安が生じている。今後も引き続き、廃休業者が増える(経営コンサルタント)。	
雇用 関連		・新型コロナウイルス感染拡大の影響が続いており、改善が見込めない状況である。製造業では受注減少の影響により、新規で求人募集するまでには至っていない状況である(職業安定所)。		
その他の特徴 コメント			：消耗品は節約志向が表れているが、新型コロナウイルス感染防止にかかわる消費や、アウトドアブームは継続しているため、マイナスとプラスのカテゴリーが明確に分かれている。足元の感染状況を見ると、先行きは全く不透明である(住関連専門店)。 ：やはり、ここ数日の新型コロナウイルスの感染拡大の影響は、見逃すことはできない。一部Go Toの停止も決まっており、感染の拡大は是が非でも避けたいところである(旅行代理店)。	

(D I) 図表16 現状・先行き判断D I (北関東)の推移(季節調整値)

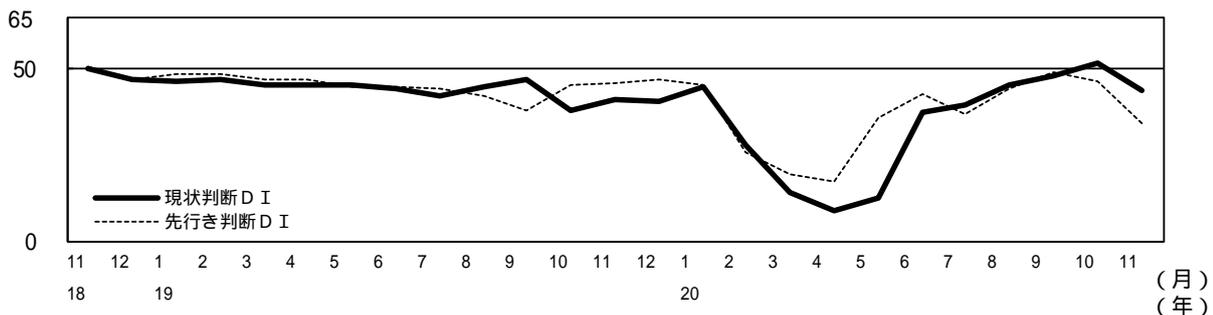


4. 南関東

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

分野		判断	判断の理由
現状	家計動向関連		<ul style="list-style-type: none"> ・ 11 月は祝日もあり、前半は回復傾向にあった。後半は3連休があり、気温も高かったにもかかわらず、売上の伸びは小さく、厳しい状況が続いている(コンビニ)。 ・ 11 月に入り、新型コロナウイルス感染症の影響を多分に受けているものの、直近の需要動向は、まだ模様ではあるが好調分類が多くなっている。巣籠り需要を反映して映像関連商材、生活家電が好調であり、テレワーク需要を反映してパソコン関連商材の動きも良い(家電量販店)。 ・ 新型コロナウイルス感染第3波の兆候が顕著になってきており、客の来店頻度、滞在時間が減ってきている(衣料品専門店)。
		×	<ul style="list-style-type: none"> ・ 夜は客がほぼ来ない。昼も、以前は4~8人で来るグループがあったが、今は1人が、多くて2人で、当然売上は激減している(一般レストラン)。
	企業動向関連		<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルスの感染拡大が止まらない状況だが、業務は日常に戻っている。しかし、新年度以降、取扱量が前年を下回っており、経営環境は厳しい(輸送業)。 ・ 各得意先からの受注量は、増えているところもあれば上期と変わらないところもある。当社の受注量は増えているが、増えている得意先には偏りがある(金属製品製造業)。
		×	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルスの影響を受けていなかった業界の取引先で、11月になって受注が半分になってしまったとか、11月以降の案件が減っている等の話を多く聞くようになっていく(建設業)。 ・ 新型コロナウイルスの影響で、イベント業務がない(広告代理店)。
	雇用関連		<ul style="list-style-type: none"> ・ 徐々に新型コロナウイルス禍に対応した動きが出始め、冬の就活イベントが活発になってきているが、新規感染者数がまた増え始めたことで、延期や中止もあるのではないかと感じている(民間職業紹介機関)。 ・ 製造業でのエンジニア需要に底付き感が出てきている(人材派遣会社)。
その他の特徴コメント		<ul style="list-style-type: none"> ○ : 3か月前の8月は新型コロナウイルス感染第2波の影響で来客数が再度減少した月である。その頃との比較では来客数が回復し、単価もアップしており、景気は良くなってきている(百貨店)。 × : 新型コロナウイルス感染第3波の影響によって、レストラン、宴会、宿泊も急速に客足が鈍っている(都市型ホテル)。 	
先行き	家計動向関連		<ul style="list-style-type: none"> ・ 元来、団体宴会を売上の柱としていた当社にとっては、営業施策全体の見直し、立て直しが必要となる(高級レストラン)。 ・ 2~3か月先に新型コロナウイルスの感染が拡大するのか、沈静化するのか、先行きが読めない状況なので、何とも判断に苦しむ(旅行代理店)。
			<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルス感染第3波の影響で、新年会の注文にキャンセルが出始めている。年始の動きも期待できない(食料品製造業)。
	企業動向関連		<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルスの影響で、美容室への来客数が減少傾向にある(その他製造業[化粧品])。
	雇用関連		<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルス感染が収束しない限り、なかなか状況は良くなるのではないかと(求人情報誌製作会社)。
	その他の特徴コメント		<ul style="list-style-type: none"> ○ : 新型コロナウイルス感染対策で外出を控え、日用品や食事会など、家で快適に過ごすことにお金を使っている(スーパー)。 × : 新型コロナウイルスとインフルエンザの両方を気にしながらの仕事で、不安ばかりである。もうすぐクリスマス、忘年会シーズンになるが、密になり、集まること自体を自粛するようで、全く予想ができない。利用が減っていることは確実である(タクシー運転手)。

(D I) 図表17 現状・先行き判断D I (南関東)の推移(季節調整値)

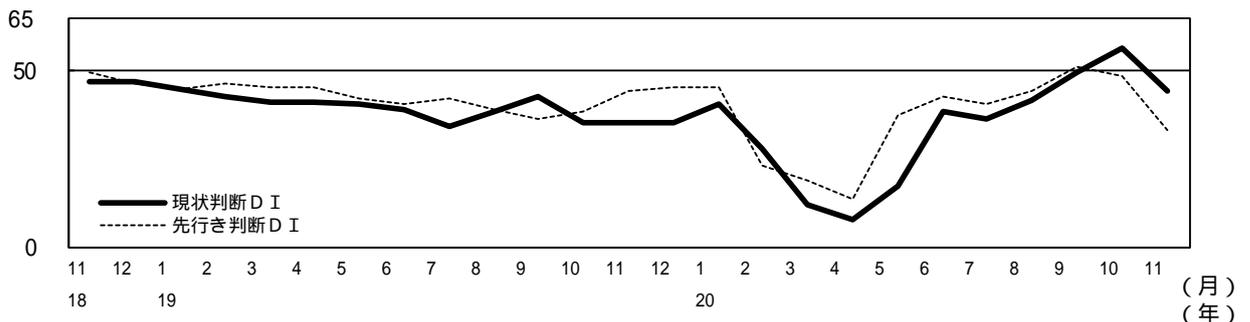


5. 甲信越

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

		分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連			・新型コロナウイルスの感染が再拡大し、経済の一層の不透明感などからか、休止や解約の動きが増加傾向にある（通信会社）。
				・スーパーマーケットは巣籠り消費のライフスタイルが定着しつつあるものの、価格競争が激化してきている（スーパー）。
		×		・11月に入り、新型コロナウイルス感染者数が日に日に増えており、第3波ということで厳しい状態が続いている。客が徐々に戻り始めていたのに、再び客足が遠のいている（その他レジャー施設 [ボウリング場]）。
	企業 動向 関連			・製造業では、国内、海外の受注が持ち直している。また、観光関連業は、政府の景気対策等もあり、企業の業況感に持ち直しの動きがみられる（金融業）。
		×		・小規模リフォーム工事が増えている。新型コロナウイルスの影響で、打合せや現場が密を避けて少人数でしか作業できないため、工期、経費が掛かっている（建設業）。 ・新型コロナウイルスの影響で、受注がほぼなくなり、悪くなっている（窯業・土石製品製造業）。
				・Go Toキャンペーンにストップがかかり、前週末から注文量が減ってきている（食料品製造業）。
雇用 関連			・雇用調整助成金の申請が減少傾向にあり、身の回りでも経済活動が活発になってきた印象がある（職業安定所）。	
			・新型コロナウイルスの影響なのか求人が全くなく、相談者が増える一方だが、諦めている方も多い（人材派遣会社）。	
その他の特徴 コメント				：催事など、新型コロナウイルス流行前の状態に戻ってきているので、売上も上がってきている（百貨店）。 ：新型コロナウイルス感染拡大の第3波により、客足も少ない。忘年会も早くから中止が進んでいる（高級レストラン）。
先行き	家計 動向 関連			・新型コロナウイルス感染者が地方にも広がっている状況で、旅行控えが懸念される。今後のGo Toキャンペーンの継続、中止に大きく左右されると考える（観光名所）。
				・新型コロナウイルスの感染者も確実に増えている上に、景気も冷え込んだままなので、いつ景気が回復するか分からない（衣料品専門店）。
	企業 動向 関連	×		・年末年始の一番出荷が多い時期に、ますます悪化する新型コロナウイルスの影響で、他県との人の移動が制限される上、業務店、飲食店からの受注も大幅に減少すると考えられる（食料品製造業）。 ・今月の連休後の関西や北海道を始めとした新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、問屋はどこも守りに入っており、仕入意欲はない。いつもなら、既に決まっているはずの来年の催事も、状況を見ながらでなかなか決まらず、事業計画を立てるのに苦労している（その他製造業 [宝石・貴金属]）。
				・問合せが入るなど、年末に向けて若干動きが出てきている印象を受けるが、安定した受注には結び付いていない（電気機械器具製造業）。
	雇用 関連			・新型コロナウイルスのコロナ禍にあって、状況が改善しつつあると思われたが、感染拡大の第3波の影響で、飲食や宿泊等、一部の業種に大きな影響が出ると思われる（職業安定所）。
その他の特徴 コメント				：新型コロナウイルス感染拡大の第3波の影響が懸念されるものの、新型車効果もあり新車販売は改善するのではないかと（乗用車販売店）。 ×：今後の新型コロナウイルスの流行やインフルエンザ等のり患増加を考えると、外出自粛が増えそうなため、悪くなる（コンビニ）。

(D I) 図表18 現状・先行き判断D I (甲信越)の推移(季節調整値)

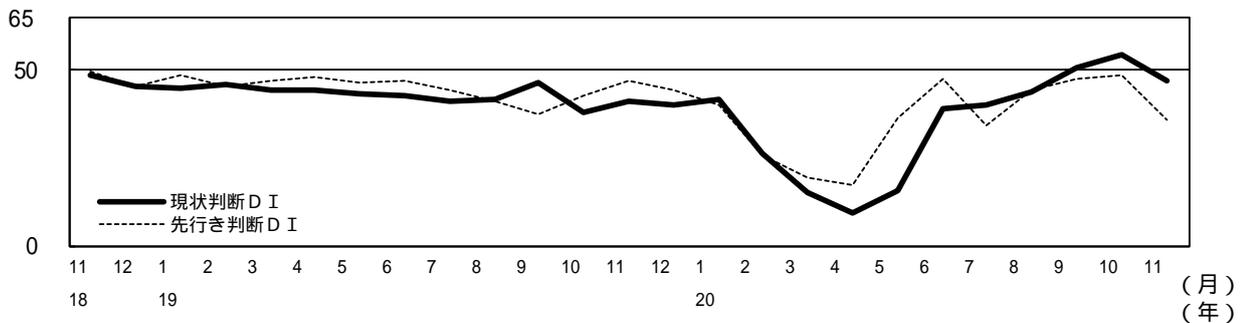


6. 東海

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

		分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連			・洗濯機と冷蔵庫の買換えが引き続き好調である(家電量販店)
				・新型コロナウイルス禍による業績悪化により、冬のボーナスや残業代へ影響があるという客が増えてきた。実際にそれに備えて消費意欲は減退している様子である(その他飲食[ワイン輸入])
				・3連休は、観光地やデパート周辺でも人出が多かった印象を受ける(タクシー運転手)
	企業 動向 関連			・消費財については、巣籠りによる上振れが減少し物量が安定してきた。生産財メーカーの荷量の回復で、全体としては前年並みを確保できている(輸送業)
				・北米自動車向け部品メーカーでは少し仕事が増えてきたのか、例年の水準よりは低いが少し受注、引き合い共に増えている(一般機械器具製造業)
	雇用 関連			・競合他社の行政への提案活動が、これまでより増えていると感じている。特に以前は競合が少なかった小規模自治体での情報システム提案に関する競合は、感覚として2倍である(通信業)
			・新型コロナウイルス第3波の影響により、今後の動きには慎重さが出てきている(人材派遣業)	
	その他の特徴 コメント		<ul style="list-style-type: none"> ○ : Go Toキャンペーンで、10~11月の週末は良かった。新型コロナウイルス感染が拡大し、11月後半から急激に宿泊は失速している。宴会は、年始までほばない。レストランは、昼間のみ若干客が入る(都市型ホテル) × : 新型コロナウイルスの感染再拡大の影響が大きい。飲食店ではキャンセルが相次いでいる。衣料品店や百貨店等でも来客数、売上共に良くない状況である(商店街) 	
先行き	家計 動向 関連			・Go Toキャンペーンが延長する可能性もあるが、1月末で終了すると反動がかなり出るため、景気はやや悪くなると判断する。徐々に割引率や利用範囲を狭めないと、経済は急降下し打撃が大きくなるため、政策としてはその辺りを見据えて判断してほしい(観光型ホテル)
				・新型コロナウイルス第3波の影響もあり、内食は続く。少し良い物が売れていく(スーパー)
	企業 動向 関連			・引き合いも数量が少なく、引き続き悪い状況が続くと考え(金属製品製造業)
				・直近での新型コロナウイルスの感染拡大で再び自粛へ戻れば、飲食関連の業種を中心に、かなり厳しい状況に追い込まれざるを得ない企業も増加する。景気は悪化傾向になる(金融業)
	雇用 関連			<ul style="list-style-type: none"> ・不確実性の高い見通しをする企業もいまだに多く、転職希望者も様子見をする人が徐々に増加しているように見受けられる(民間職業紹介機関) ・Go Toキャンペーンの求人への効果が出る前に、新型コロナウイルスの感染状況の悪化から自粛に揺り戻しとなったため、景気全般に良い兆しはない。本来は書き入れ時の年末年始に向けても売上が見通せない状況から、企業の業績悪化は更に続くと考え(新聞社[求人広告])
その他の特徴 コメント			<ul style="list-style-type: none"> ○ : 国内外で新型コロナウイルスの影響が強くなるため、自動車の売上が減少するのではないかと考える(輸送用機械器具製造業) × : Go To Travelキャンペーンの一部地域除外や期日終了に伴い、再び売上が悪化すると考えられる(旅行代理店) 	

(D I) 図表19 現状・先行き判断D I (東海)の推移(季節調整値)



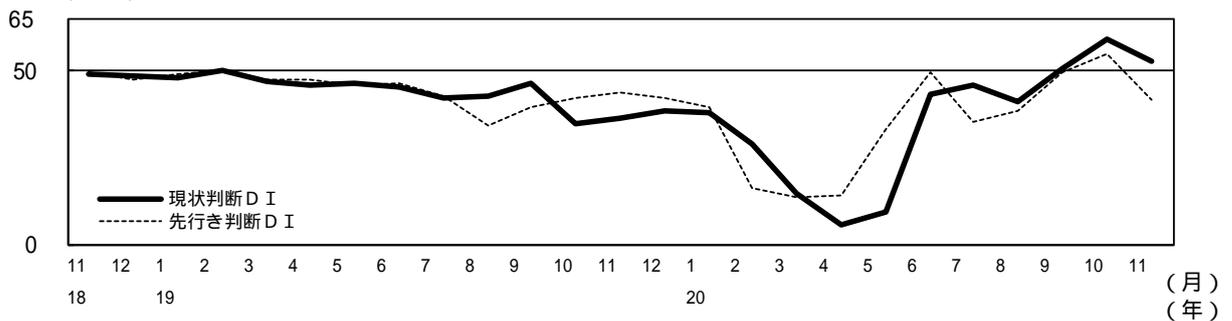
7. 北陸

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

		分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連			・折込チラシ等の集客効果はほとんど見込めない。口コミや紹介からの商談が増えている(住宅販売会社)
				・観光客を中心に週末の人出が多い。11月の3連休は特に良く、観光客が多く今年最高の人出となり、タクシーも大変忙しくなった。ウィークデーは少しずつ回復傾向にある(タクシー運転手)
				・全国で新型コロナウイルスの最多感染者数更新等の報道があり、現在は団体客やインバウンド客の利用がずっとない状況である。唯一動いていた個人客も、動きがやや悪くなっている状況である(テーマパーク)
	企業 動向 関連			・販売量は3か月前と比べ前年に戻りつつあるものの、補助金活用案件が多い。そのため、今後も補助金が継続するのであれば景気は上向き傾向になり、打切りの場合は現状維持若しくは停滞すると思われる(通信業)
				・売上金額としては十分ではないし、今後への不透明感もあるが、3か月前と比べれば売上が増えている状況である(精密機械器具製造業)
			×	
雇用 関連			・求人広告の申込状況は、前年同時期の状況と比べ低い水準が続いている。介護、清掃関連など人手不足が慢性化している一部業種を除いては新規求人の動きが鈍い(新聞社[求人広告])	
		×	・季節的な業務である既存の案件依頼はあるが、従来よりも期間を縮小している。新規求人は社内要員の活用を重視するためか、ほぼない(人材派遣会社)	
その他の特徴 コメント		: 企業に新型コロナウイルス対策の補助金申請が下りて、空気清浄機やエアコンの販売が好調である(家電量販店) ×: 必需品以外の売行きが鈍い(スーパー)		
先行き	家計 動向 関連			・新型車の発売が続いたため、特に週末の来客数は多くなっているが、この先の新型コロナウイルスの状況次第である(乗用車販売店)
				・新型コロナウイルス第3波の到来により、年始の宴会キャンセルが発生し、さらに宿泊のキャンセルも予想され、予断を許さない状況である(都市型ホテル)
	企業 動向 関連			・国内の感染者数が再び増加するなど、まだ予断を許さない状況が続くと考える。本格的な回復にはかなりの時間を要するとみられるものの、経済活動も徐々に回復基調にある(プラスチック製品製造業)
			×	・自動車メーカーが軒並み業績を上方修正するとともに、生産も大きく回復してきていることから、ほとんどのサプライヤーでは前年同期並みまで生産が戻ってきている。一方で産業用は上期ほどの堅調さはみられず、受注が若干下方気味に推移してきている(一般機械器具製造業) ・先行きの不透明感がより一層強くなっていると思われる(建設業)
	雇用 関連			・新型コロナウイルスの感染収束が見通せないなか、当面は先行きが不透明な状況が続き、求人や投資への意欲はすぐには改善しないものとする(新聞社[求人広告])
	その他の特徴 コメント		: 新型コロナウイルス感染者が当地ですぐに増加するとはみていないが、インフルエンザの流行と重なれば閑古鳥が鳴くと思われる(商店街) ×: 新型コロナウイルス第3波がGo Toキャンペーンの経済効果を打ち消しつつある。年末年始に向けての季節的な需要は大きく落ち込む見込みが強い。また、取引先のヒアリングによると、夏に続き冬のボーナスも大幅カット、若しくは支給見送りを予定している所が多く、個人消費についても冷え込む見通しである(金融業)	

(D I)

図表20 現状・先行き判断D I (北陸)の推移(季節調整値)

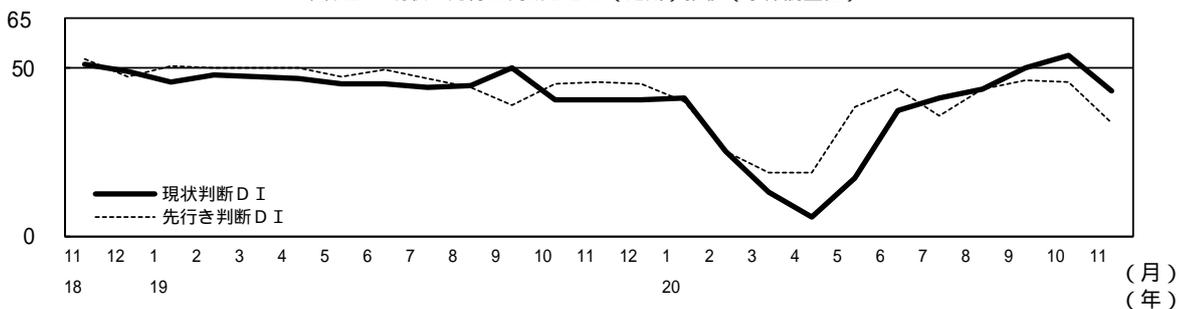


8. 近畿

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

分野		判断	判断の理由	
現状	家計 動向 関連		・高額メニューが動いている。あちこちに外出ができないため、当店にお金を落としてくれている(美容室)	
			・新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、11月24日~12月15日まで大阪市がGo To Travelキャンペーンの対象地域から除外されたことに伴い、宿泊予約がこの期間だけでなく、それ以降についてもキャンセルが多く発生している。また、宴会やレストランについても、大阪府から5名以上の宴会の自粛や営業時間の短縮要請が出され、多くのキャンセルが発生している(都市型ホテル)	
			・新型コロナウイルスの感染拡大が報じられているが、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンを持った客が来店するようになり、買上率が高くなっている。来客数もほぼ前年並みで推移している(家電量販店)	
	企業 動向 関連		・新型コロナウイルスの感染の拡大状況や、政府の様々な政策により、消費行動がコロコロと変わっている。また、業種ごとの影響にもばらつきがあり、景気動向が定まらない。多分、今後2年間ぐらいいは、このような状況が続くと予想される(金融業[投資運用業])	
			・新型コロナウイルスの感染拡大で、飲食店への客の流れが止まり、売上が落ち込んでいるため、景気は悪くなっている(食料品製造業)	
			・これまで低迷していた自動車関連部品がV字回復し、11月は前年並みにまで戻ってきている(金属製品製造業)	
	雇用 関連		・勤務中の求職者は転職活動に慎重で、年配層の応募が増えている(人材派遣会社)	
			・新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、Go To Travelキャンペーンなどで少しずつ持ち直していた経済が、また悪くなっているように感じる。新型コロナウイルスとは直接関係のなさそうな求人募集広告にもキャンセルが出ており、飲食や旅行業界に限らず、幅広い業界が影響を受けている(新聞社[求人広告])	
	その他の特徴 コメント			：新型コロナウイルスの影響が続くなか、スーパーは客単価が上がったままの状況が続いている(スーパー) ×：前年と比べて、年末に向けた時期に採用活動を継続している企業が少ない(学校[大学])
	先行き	家計 動向 関連		・不動産に関しては、ホテルや商業施設、オフィスは厳しい状況が続くものの、住宅や物流に資金が流入する傾向が、新型コロナウイルスの感染が収まるまでは続く(住宅販売会社)
			・当地域でも今まで以上に新型コロナウイルスの感染者数が増加しているため、当社の重要な客である、高齢者の来店がますます減ることが予想される(百貨店)	
企業 動向 関連			・4月以降の先行きは読みにくいが、受注残があるため、3月までは現状維持で推移しそうである(プラスチック製品製造業)	
			・新型コロナウイルスの感染第3波が拡大するなか、大規模な自粛要請などが考えられることから、経済へのダメージが懸念される(その他サービス業[店舗開発])	
雇用 関連			・新型コロナウイルスの感染者数の急増により、徐々に復活していた接客業の求人が減り、企業も人員の見直しを図ると予測される(民間職業紹介機関)	
その他の特徴 コメント			：当面、半年以上は変わらないとの予測であるが、年末年始に掛けての伸び代はあると感じる(通信会社) ：新型コロナウイルスの感染抑制のためのブレーキを強く踏まなければならないため、年末に向けて悪くなる。ワクチンの普及により、経済政策のアクセルが踏めることを期待している(タクシー運転手)	

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの(近畿)推移(季節調整値)

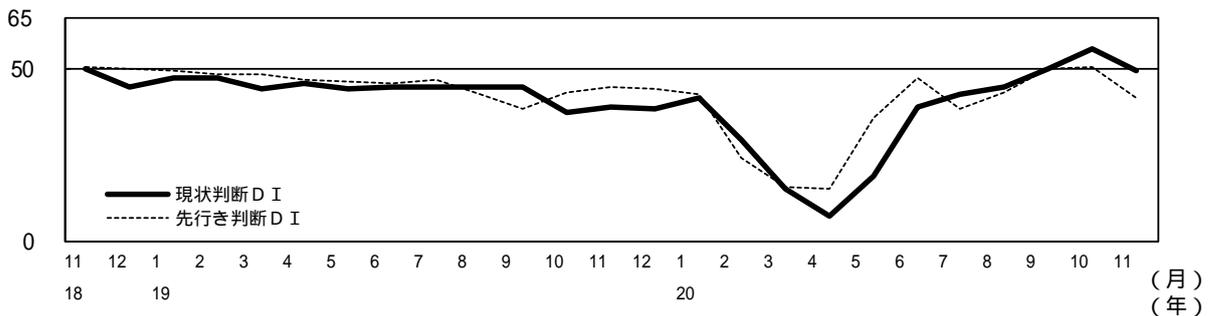


9. 中国

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

分野		判断	判断の理由
現状	家計動向 関連		・ここ2～3か月、客単価や売上は好調であるが、来客数に変化はない(スーパー)。
			・地方においても新型コロナウイルス感染者が急激に拡大しており、外販活動においても医療従事者を含め訪問不可の客が増加し厳しい状況にある(百貨店)。
			・新型コロナウイルスの影響で商品単価が高くなっている(家電量販店)。
	企業動向 関連		・来客数は微増だが、成約数は前月とほぼ変わらない(不動産業)。
			・電池、電子材料関係の受注が増加しつつある(非鉄金属製造業)。
	雇用 関連		・前売りは前期比減少、卸は前期比増加で推移しており、商戦準備はできているものの、実需が今一つという状況である(繊維工業)。
その他の特徴 コメント			・新規求人数は、新型コロナウイルスの影響で需要が落ち込んでいる繊維工業が8割の減少となったこともあり、基幹産業の製造業が前年から4割の減少となっている。求人全体でも2割の減少となっている(職業安定所)。 ・現時点で企業の採用意欲は上昇している(人材派遣会社)。
			: Go To Travelキャンペーンの効果もあり、県外からの客が増加している。 夜の飲食街の客も増加し、タクシー利用も回復している(タクシー運転手)。 : 新型コロナウイルスの影響でディナータイムの利用が打撃を受けている。利用人数が少なくなり、回転率が低下しているため、売上が減少している(一般レストラン)。
先行き	家計動向 関連		・新型コロナウイルスの影響が続くが、基本的に今後も販売数等は変わらない(住宅販売会社)。
			・最近の感染者数の増加の影響で、宿泊、レストランいずれも先の予約受注の伸びが鈍化しており、レストランでは逆に予約のキャンセルが増加しつつある。2月に修学旅行やスポーツ団体の受注があるが、自粛ムードがまん延しつつあるなか、キャンセルの可能性も出てきており、先行きが不透明である(都市型ホテル)。
	企業動向 関連		・主要客からの受注内示量が減少傾向にあるため、景気は変わらない(輸送用機械器具製造業)。
			・全体的に購買意欲が減少傾向にあり、これから冬を迎え、新型コロナウイルスが全国的に急激に拡大する予兆があるため、今後、景気はやや悪くなる(木材木製品製造業)。
	雇用 関連		・個人の消費活動は回復傾向にあるが、企業活動はまだまだ停滞感から抜け出す気配はない。景気は今後の新型コロナウイルスの状況によるところが大きく、判断が難しい(新聞社[求人広告])。
その他の特徴 コメント			: 新型コロナウイルスの影響で、今後も巣籠り需要が増加するため、日用品や食品関係の荷動きが活発になる(輸送業)。 : イルミネーションが終わり、閑散期になることや今後の新型コロナウイルス感染拡大に対する懸念などから、景気はやや悪くなる(テーマパーク)。

(D I) 図表22 現状・先行き判断D I (中国)の推移(季節調整値)

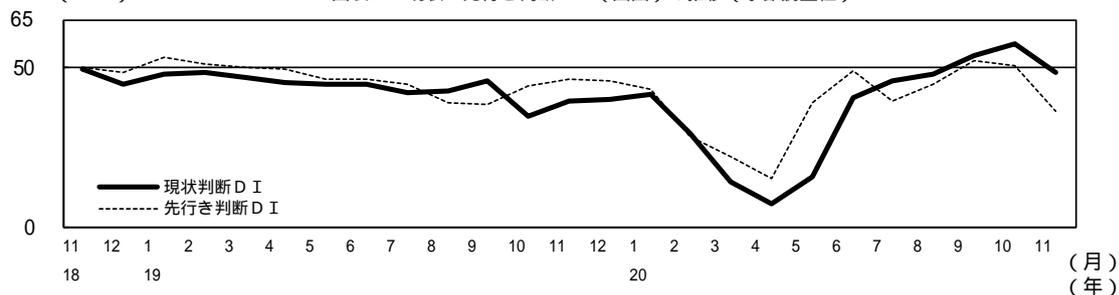


10. 四国

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

分野		判断	判断の理由	
現状	家計動向関連		・新型コロナウイルスの影響が少し和らいできており、来客数も増加している(家電量販店)。	
			・来客数の前年比が、依然として回復基調にはない(コンビニ)。	
		×	・新型コロナウイルスの第3波の影響によってキャンセルが増加している(観光型旅館)。 ・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのかに大きく左右されるが、新型コロナウイルス発生以前の環境には戻らないと考える。ポストコロナ、ウィズコロナとはどのような時代になるのか予測ができない(商店街)。	
	企業動向関連		・産業全般が振るわないなか、再生可能エネルギー事業に関しては人々の関心も高く、良い方向に向かっていると感じる(電気機械器具製造業)。	
			・受注が思うようには増加しない(建設業)。	
			・特に外食業界向けの製品の出荷数量が減少してきている(食料品製造業)。	
	雇用関連		・新型コロナウイルスの影響で沈み込んでいた経済が、多少回復してきたため、以前と比較すると求人数が増え、採用活動が動き出していると感じる。ただ、業種や職種は限られており、全体的に良くなっているとはいえない(求人情報誌)。 ・飲食業や観光業等の景気は少し戻りつつあるが、求人広告を打ち出せるほどには回復していない(新聞社[求人広告]) ・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が様々な産業において出ており、事業所閉鎖や事業縮小等による人員整理を実施する事業所の発生が、4月以降継続している。11月になって、県内でクラスターが頻発している状況等から、現在の状況は若干悪化していると感じている(職業安定所)。	
		×	・新型コロナウイルスの影響で求人数が全ての分野で減少しており、求職者とマッチしにくい状況が続いている(人材派遣会社)。	
	その他の特徴コメント			：新型コロナウイルスの新規感染者数は大都市ほど増加しておらず、徐々に来客数も戻りつつあるように感じているが、元の水準には到底及ばない(その他小売[ショッピングセンター]) ：Go To Travelキャンペーンが始まり、宿泊客数は確実に増加している。11月だけをみると、前年を上回る宿泊者数となっているが、一般宴会や披露宴はほとんど入ってこない状態で、景気が良いとも悪いとも言い難い状況である(都市型ホテル)。
	先行き	分野	判断	判断の理由
家計動向関連			・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、前年並みに販売台数も回復し、来客も増えてきている(乗用車販売店)。	
			・全国的に新型コロナウイルスが感染拡大しており、来客数の減少が見込まれる(百貨店)。	
企業動向関連			・Go Toキャンペーンの効果で少し回復傾向が見込まれたが、新型コロナウイルスの再拡大で客の販促計画が変更になり、販促広告削減やイベント中止の傾向が続く予想である(広告代理店)。	
			・新型コロナウイルスの影響が再拡大してきているので、除菌ウェットクリーナーの販売量が増えると予想する。また、キッチンペーパーはステイホーム効果で売行きは良好である(パルプ・紙・紙加工品製造業)。 ・新型コロナウイルスの再拡大により、また動きが止まる(輸送業)。	
雇用関連			・新型コロナウイルスの第3波が到来している。Go Toキャンペーンの見直し等の影響が出ると思われる(学校[大学])。	
その他の特徴コメント			：12月は忘年会シーズンで客が一番多い繁忙期だが、今年は予測が立たない。宴会用のテイクアウト商品ができたこともあって、少人数で家庭で済ませるのではないかと見通せない(タクシー運転手)。 ×：新型コロナウイルスの感染拡大により、キャンセルが相次いでいる。忘年会、新年会の書き入れ時に相当なダメージとなっており、先行きが全くみえず不安である(一般レストラン)。	

(D I) 図表23 現状・先行き判断D I (四国)の推移(季節調整値)

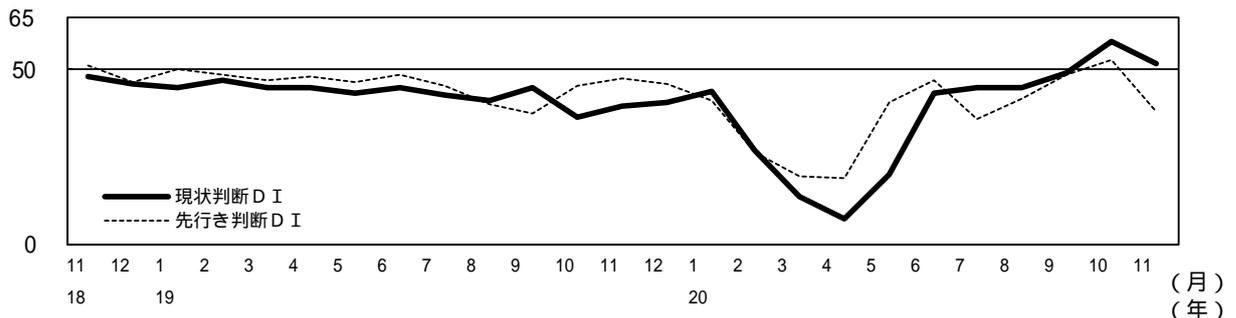


11.九州

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

		分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連			・新型コロナウイルスに関する報道が影響し、お得意様の来店が減少気味である(商店街)。
				・新型コロナウイルス禍により空気清浄機や加湿器が大幅な伸びを示しており、加えて、一部に偏重しているが、ネットショップの大幅伸長が、全体の押し上げに貢献している(家電量販店)。
				・新型コロナウイルスの影響でイベントが開催しづらく、集客が見込めない(設計事務所)。
	企業 動向 関連			・量販店と冷凍食品向けの納品は順調であるが、一方、新型コロナウイルス感染の影響で、外食産業向けは、9月に一時的に売上が戻っていたが、11月に入り厳しい状況となっている(農林水産業)。
				・年末から自動車関連を始めとして引き合い、受注が増えつつある。新型コロナウイルスによる雇用調整助成金の終了に合わせ、何とか今期末の見通しが出ている(電気機械器具製造業)。
				・自動車関連の仕事は少しずつ回復傾向ではあるが、その他雑貨関係の回復が遅く、全体としては、景気持ち直しの気配がない。東京オリンピック需要を見込んでいた2020年度であったが、東京オリンピック延期と新型コロナウイルスの影響で想定以上に物が動かない状態である(輸送業)。
雇用 関連			・求人数は全体的に減少しているが、一時激減していた派遣やサービス関係の求人が、徐々に元に戻ってきている。雇用調整助成金の申請相談件数も減少している(職業安定所)。	
			・業況はほぼ変わらず、全国の業界では前年比60%で推移している。地場産業が相当に厳しく、採用できない状態である。特に当地はサービス業の街のため、人が動かないことには厳しい状況である。Go Toキャンペーン施策には期待はするものの、予断を許さない(求人情報誌製作会社)。	
		その他の特徴 コメント		・大学訪問では、前年より約10~20%内定状況が悪く、特に秋以降の後半戦の伸びが悪い状態である。大手企業や人気企業からの内定の割合は下がり、確実に状況は悪化している(民間職業紹介機関)。 ：ビール減税に伴い、第3のビールの販売数が変わると予想していたが、全体的に売上が伸び悩んでいる。一方、家飲みのためにコンビニエンスストアが利用され、リキュール類であるチューハイが伸びており、客単価が伸びている(コンビニ)。 ：各企業では、来期に向けた予算取りを行う時期であるが、来期も継続して設備投資を見合わせる企業が目立つ(その他サービス業[物品リース])。
先行き	家計 動向 関連			判断の理由
				・クリアランスや福袋といったイベントが、密を避けるために、計画や実施方法を見直す必要があり、当初からの売上は見込めない。また、新型コロナウイルス第3波に対する警戒心やGo Toキャンペーンの見直し等で、来店も若干減少傾向にあり、一進一退の状況が継続する(百貨店)。
	企業 動向 関連			・当店は国内外の客対象の営業であるため、人口の多い都市からの移動が制限され、その状況が続くことにより、売上の減少が懸念される(高級レストラン)。
				・自動車部材原料の出荷が上向しているが、他の不透明要因と合わせると変わらないと考える(化学工業)。
	雇用 関連			・飲食店の客数減少が影響し、景気は悪くなる(経営コンサルタント)。
				・新型コロナウイルス感染者数の増減に伴い、求職者の行動が変化している。企業からの注文も、落ち着いている(人材派遣会社)。
		その他の特徴 コメント		：年末から年明けに掛け、販売量のピークが来ると予想される(乗用車販売店)。 ×：他の地域では、新型コロナウイルス感染の第3波が発生しているが、感染者が少ない当市でも同じ状況になると予想される。そうすると、繁忙期である12月にかなりの影響を受けると懸念される(タクシー運転手)。

(D I) 図表24 現状・先行き判断D I (九州)の推移(季節調整値)



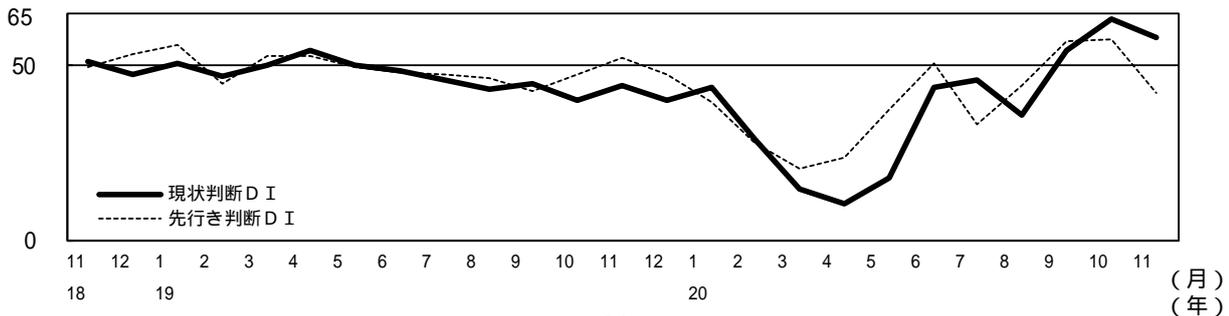
12. 沖縄

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

分野		判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連		・数か月前の新型コロナウイルスの悪影響から、徐々に客の建築意欲が戻ってきている(住宅販売会社)。
			・新型コロナウイルスに慣れてきていて、来店は多くなっている。しかし、新型コロナウイルス発生以前の客数には戻っていない(通信会社)。
			・Go To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンにより、客数が戻りつつある(一般小売店[酒])。 ・新型コロナウイルス禍の影響で来店客数と来店頻度が減少している。10月の酒税改正にもかかわらずボジョレーヌーボーは好調に推移するも、運動会中止や遠足中止の影響で菓子類が伸び悩む(スーパー)。
	企業 動向 関連		・以前と比べれば良くなりつつあるが、回復には程遠い状況である(食料品製造業)。
			・新型コロナウイルスの影響で、民間工事は計画中止や着工延期などにより、前年比で減少となっている。公共工事も共に減少となっている(窯業・土石製品製造業)。
		×	・以前から進めていた介護施設の建築が、新型コロナウイルスの影響で、来年以降に延期されている(建設業)。
雇用 関連		・失業者が増加しているが、求職者の動きは鈍い。失業給付を終了した後に動きがあるのではないかとみられる(人材派遣会社)。	
		・求人数が3か月前と比較して回復傾向にあり、業種のバリエーションも広がってきている(職業安定所)。	
その他の特徴 コメント			：来客数が、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーン等の効果で、例年比50~60%程度まで戻ってきていたが、新型コロナウイルスの第3波の影響が先週から始まっており、例年の20%までまた落ち込んできている(その他飲食[居酒屋])。 ×：現在、新型コロナウイルス禍で大変四苦八苦しており、閉店も出てきている。早く新型コロナウイルスのワクチンが出ないと更に加速すると考えられる(商店街)。
先行き	家計 動向 関連		・例年だと年末年始で売上が見込めるが、今年度は新型コロナウイルス禍で迎えるので正直なところ予測ができない。今後の感染状況、政府の対応によっては閉塞感が広がり、経済の更なる低迷が心配である(コンビニ)。
			・Go To Travelキャンペーン終了予定の影響が、来年2月以降の先行予約が前年比50%にも満たない非常に厳しい状況である(その他サービス[レンタカー])。
	企業 動向 関連		・新型コロナウイルス禍の動向次第だが、将来に関するプラス材料もなければ、今以上のマイナス材料も思い当たらない(会計事務所)。
			・新型コロナウイルスの感染拡大状況にあわせて消費が減少するものとみている。11月末の連休の感染拡大状況も踏まえると、自粛ムードが広がり、ここ数か月の景気回復状況が悪化に転じると考えられる(輸送業)。
	雇用 関連		・年明けから求人数の増加が予想される(求人情報誌製作会社)。 ・Go Toキャンペーンで持ち直したかにもみえたが、やはり新型コロナウイルスの第3波の脅威はぬぐえず、景気は様子見となるとみられる(学校[大学])。 ・企業が新卒採用に慎重になっているのか、例年に比べ求人情報が減っているようである(学校[専門学校])。
その他の特徴 コメント			：11月の動向から、年末年始に向けて更に回復を期待して、良くなると答えたいが、全国的にも当地でも感染者が増加傾向で先がみえなくなっている(百貨店)。 ×：新型コロナウイルス流行の第3波により、宿泊のキャンセルが増えてきた。飲食においては、忘年会、新年会の予約がほぼない(観光型ホテル)。

(D I)

図表25 現状・先行き判断D I (沖縄)の推移(季節調整値)

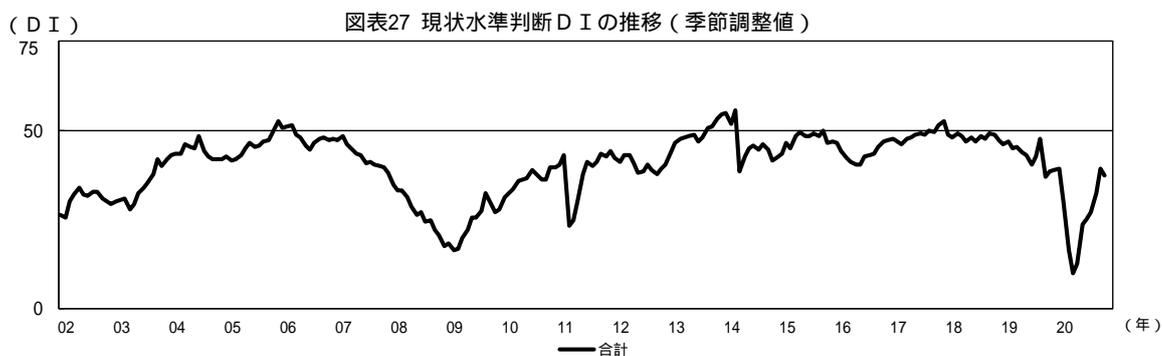


(参考) 景気の現状水準判断D I

現在の景気の水準自体に対する判断は、以下のとおりであった(注)。

図表 26 景気の現状水準判断D I (季節調整値)

(D I)	年	2020					
	月	6	7	8	9	10	11
合計		23.4	25.1	26.9	32.4	39.3	37.1
家計動向関連		25.6	26.3	27.3	33.3	41.4	38.0
小売関連		30.2	28.9	29.9	33.5	42.3	37.7
飲食関連		13.4	18.2	17.3	26.4	34.4	29.7
サービス関連		19.9	21.8	23.5	32.8	42.0	39.7
住宅関連		23.0	31.6	33.3	42.8	38.6	42.1
企業動向関連		20.7	24.8	26.9	31.5	35.3	36.1
製造業		20.6	23.5	25.3	30.0	34.3	34.7
非製造業		20.9	25.6	28.3	31.9	35.1	36.8
雇用関連		14.2	18.3	23.9	28.3	34.4	34.1



図表 28 景気の現状水準判断D I (各分野計)(季節調整値)

(D I)	年	2020					
	月	6	7	8	9	10	11
全国		23.4	25.1	26.9	32.4	39.3	37.1
北海道		20.8	26.6	25.8	33.0	38.7	29.0
東北		24.4	24.5	23.7	28.3	38.6	39.5
関東		22.2	23.4	27.4	30.5	37.7	35.1
北関東		23.3	23.9	25.8	31.9	39.7	38.7
南関東		21.8	23.2	28.0	30.0	36.8	33.8
東京都		18.9	18.9	25.9	28.2	36.2	32.8
甲信越		21.7	20.0	23.3	28.4	38.3	32.8
東海		23.1	23.4	28.0	34.7	40.1	35.7
北陸		22.6	22.4	23.4	29.6	37.6	39.5
近畿		24.5	26.7	26.4	33.9	40.2	34.8
中国		25.9	29.3	29.3	34.5	42.1	42.1
四国		23.1	24.2	27.8	31.5	39.4	36.7
九州		26.6	29.5	28.5	34.3	41.3	40.8
沖縄		27.1	24.3	22.0	28.1	38.9	43.2

図表 29 景気の現状水準判断 D I (原数値)

(D I)	年 月	2020 6	7	8	9	10	11
合計		23.3	25.5	26.4	31.4	38.1	36.8
家計動向関連		25.7	27.0	27.3	32.0	39.6	37.2
小売関連		30.7	30.0	30.0	32.7	40.3	36.9
飲食関連		12.9	17.7	16.2	23.6	31.8	29.2
サービス関連		19.1	22.3	23.5	30.5	40.0	39.2
住宅関連		24.7	31.0	33.1	42.0	39.1	40.5
企業動向関連		20.2	24.6	25.1	31.5	35.7	36.7
製造業		19.8	22.9	23.6	30.3	35.1	36.2
非製造業		20.8	25.6	26.5	31.7	35.2	36.7
雇用関連		13.4	18.0	23.6	27.6	33.8	34.0

図表 30 景気の現状水準判断 D I (各分野計)(原数値)

(D I)	年 月	2020 6	7	8	9	10	11
全国		23.3	25.5	26.4	31.4	38.1	36.8
北海道		21.2	29.0	26.0	32.8	37.6	28.3
東北		23.8	25.7	25.3	28.1	37.4	39.3
関東		22.1	23.5	26.6	30.4	36.8	35.0
北関東		23.9	24.4	25.9	31.8	38.9	38.8
南関東		21.4	23.2	26.9	29.8	36.0	33.6
東京都		18.4	19.4	24.8	28.0	35.5	32.4
甲信越		20.8	21.6	24.7	28.2	37.6	33.3
東海		22.7	24.3	27.2	32.5	38.6	35.3
北陸		21.9	22.6	23.9	29.4	36.4	38.3
近畿		24.0	26.2	26.2	32.5	38.0	34.8
中国		25.4	29.3	28.3	34.2	39.6	42.5
四国		22.6	25.3	27.5	30.4	37.6	37.5
九州		26.0	29.0	27.7	34.3	41.0	42.0
沖縄		25.7	23.6	21.6	28.8	38.8	41.7

(注) 景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。